

Newsletter

IP / Media

Septembre - Octobre 2025

Prescription et contrefaçon musicale

La Cour de cassation précise que la prescription court tant que la diffusion illicite se poursuit.

Dans ce numéro

La Cour de cassation précise le point de départ de la prescription en matière de contrefaçon musicale **03**

Annulation par l'EUIPO de la marque verbale "GPT" d'OpenAI pour les logiciels et services d'intelligence artificielle **04**

Refus par le Tribunal de l'Union Européenne du dépôt international de la marque "1926" par l'horloger TUDOR pour caractère descriptif. **04**

Le Tribunal de l'Union Européenne a rendu une décision importante en matière de marque sonore **05**

L'utilisation du "by" suivi du nom de la société ne suffit pas à se différencier de la marque antérieure de renommée **05**

Nouvel épisode de l'affaire Louboutin devant la Cour de cassation, qui rappelle que la contrefaçon est avant tout un délit **06**

Le Tribunal judiciaire de Paris se prononce sur l'équilibre entre cession de droits sur le nom et droit moral de signer ses créations **07**

Arrêt intéressant sur l'articulation entre le régime des référés et la protection par le droit d'auteur **07**

Le Tribunal de l'Union européenne précise la notion de juste motif en matière de droit des marques **08**

Dans ce numéro

Décision récente de l'EUIPO illustrant le phénomène courant du « disemvowelling » **09**

Shein et son agence de communication condamnés par le Jury de déontologie publicitaire **10**

Le Tribunal judiciaire de Paris a estimé que le service d'accès aux films via le Portail TGV n'est pas soumis à la chronologie des médias **11**

La Cour d'appel de Paris impose à X (ex-Twitter) une transparence totale envers la presse **11**

ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

La Cour de cassation précise le point de départ de la prescription en matière de contrefaçon musicale

Cour de Cassation, civile, M. VJ et autres c/ EMI Music Publishing France et autres, 3 septembre 2025, n°23-18.669, publié au Bulletin

Le 3 septembre 2025, la première chambre civile de la Cour de cassation a rendu un arrêt important en matière de contrefaçon musicale, précisant le point de départ du délai de prescription.

Les auteurs français du générique de la série d'animation Code Lyoko avait accusé le groupe Black Eyed Peas d'avoir repris des éléments de leur chanson « Un monde sans danger » dans le titre « Whenever », sorti en 2010. Une mise en demeure avait été envoyée en 2011, mais l'action en justice n'avait été engagée qu'en 2018, les plaignants invoquant alors la poursuite de l'exploitation du titre (ventes et diffusion numérique).

En 2023, la cour d'appel de Paris avait cependant jugé l'action prescrite, sur le fondement de l'article 2224 du Code civil, qui prévoit que les actions personnelles ou mobilières se prescrivent par cinq ans à compter du jour où le titulaire d'un droit a connu ou aurait dû connaître les faits lui permettant de l'exercer. La Cour d'appel avait estimé que le délai de cinq ans courait dès 2011, date à laquelle les auteurs avaient eu connaissance de la contrefaçon. Elle considérait les actes postérieurs comme un simple prolongement de l'exploitation initiale.

La Cour de cassation censure cette décision. Elle considère que : dès lors que la diffusion de l'œuvre contrefaisante avait été constatée dans les cinq années précédant l'action, l'action n'était pas prescrite. En statuant ainsi, la Cour d'appel avait donc méconnu les dispositions de l'article 2224 du Code civil. L'affaire est renvoyée devant la cour d'appel de Paris autrement composée.



ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

Annulation par l'EUIPO de la marque verbale "GPT" d'OpenAI pour les logiciels et services d'intelligence artificielle

EUIPO, Century Tal Holding Pte. Ltd. c/ OpenAI, 17 octobre 2025, n°64174

Le 17 octobre 2025, l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) a annulé la marque verbale "GPT" déposée par OpenAI pour les classes 9 et 42 (logiciels et services liés à l'intelligence artificielle). Cette décision fait suite à une action engagée par Century Tal Holding Pte. Ltd.

L'EUIPO a estimé que le terme "GPT", acronyme de "Generative Pre-trained Transformer", était déjà largement reconnu par les professionnels du secteur comme une désignation technique. En conséquence, il ne pouvait être monopolisé par une seule entreprise. Deux arguments majeurs ont été retenus :

1. Descriptivité : à la date de priorité (décembre 2022), "GPT" était perçu comme une caractéristique technique, et non comme un signe distinctif.
2. Fonction d'identification : un terme descriptif ne peut remplir la fonction essentielle d'une marque, à savoir identifier l'origine commerciale des produits ou services.

OpenAI dispose de deux mois pour faire appel. Si l'appel confirme le caractère descriptif et l'absence de distinctivité, l'EUIPO pourrait alors examiner si "GPT" a acquis une distinctivité par l'usage. Cela impliquerait de prouver que le terme est désormais associé à OpenAI dans l'esprit du public européen, notamment grâce à la notoriété de ChatGPT.

Refus par le Tribunal de l'Union Européenne du dépôt international de la marque "1926" par l'horloger TUDOR pour caractère descriptif.

Tribunal de l'Union Européenne, Montres Tudor SA c/ EUIPO, 10 septembre 2025, T-444/24

La maison horlogère suisse TUDOR, connue pour son savoir-faire et son héritage, a tenté de faire enregistrer la marque "1926" dans le cadre d'un dépôt international couvrant près de 90 pays. Si cette démarche a été largement acceptée à l'échelle mondiale, elle a rencontré un obstacle majeur au sein de l'Union européenne.

Le Tribunal de l'Union européenne a refusé l'enregistrement de "1926" en tant que marque dans l'UE, estimant que cette date pouvait être perçue comme une référence descriptive à l'année de conception ou de fondation, et non comme un signe distinctif propre à identifier l'origine commerciale des produits.

Ce refus, bien que prévisible dans le cadre du droit européen des marques (voir par exemple dans le même sens, [29 octobre 2015, SANDER 1953, T 21/14](#)) met en lumière une tension intéressante : comment une simple date peut-elle être à la fois un symbole de tradition et un obstacle juridique pour les autres fabricants du fait de l'indisponibilité de celle-ci due à son dépôt en tant que marque ? Dans le secteur du luxe, notamment l'horlogerie, les références temporelles sont souvent utilisées pour évoquer la qualité, la durabilité et le prestige.

Malgré ce refus européen, la marque "1926" a pourtant été validée dans près de 60 pays, y compris des marchés clés comme le Royaume-Uni, la Corée du Sud ou les Émirats arabes unis. Cela montre que la perception d'une marque peut varier considérablement selon les juridictions.

ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE



Le Tribunal de l'Union Européenne a rendu une décision importante en matière de marque sonore

Tribunal de l'Union Européenne, Berliner Verkehrsbetriebe c/ EUIPO, 10 septembre 2025, T-288/24

Le Tribunal de l'Union européenne (TUE) vient de rendre une décision importante en matière de marque sonore, qui pourrait bien redéfinir les critères d'enregistrement de ces signes distinctifs.

Dans cette affaire, l'EUIPO avait refusé l'enregistrement d'un jingle de 4 secondes destiné à des services de transport à Berlin, jugeant le son trop court et trop simple pour être mémorable. Le TUE a censuré cette analyse, affirmant qu'un jingle, par nature bref et percutant, peut parfaitement remplir une fonction distinctive. Il souligne que la brièveté est justement ce qui facilite la mémorisation et attire l'attention du public sur l'origine commerciale des services.

Cette décision marque un tournant : elle ouvre la voie à une reconnaissance plus large des marques sonores, notamment les jingles, sans qu'il soit nécessaire de démontrer un caractère distinctif acquis par l'usage. Elle s'inscrit dans une tendance favorable à une approche plus souple, déjà amorcée avec les marques multimédias.

L'utilisation du "by" suivi du nom de la société ne suffit pas à se différencier de la marque antérieure de renommée

Tribunal de l'Union Européenne, OMV AG c/ EUIPO, 3 septembre 2025, T-303/24

Dans une affaire récente opposant OMV à la marque « OMV! BY VAGISIL », le Tribunal de l'Union européenne (TUE) a annulé une décision de la Chambre de recours de l'EUIPO concernant l'atteinte à une marque de renommée. OMV, marque réputée en Autriche pour les huiles, contestait l'enregistrement de la marque « OMV! BY VAGISIL » dans les classes 3 et 5, invoquant un risque de confusion et une atteinte à sa renommée.

La Chambre de recours avait estimé que le public percevrait le signe contesté dans son ensemble, notamment grâce à l'ajout de « BY VAGISIL », qui indiquerait clairement l'origine des produits et réduirait la probabilité d'un lien avec la marque OMV. Toutefois, le TUE a rejeté cette analyse, soulignant que l'élément « OMV » constitue la partie dominante de la marque contestée, apparaissant en début de signe et possédant un caractère distinctif intrinsèque.

Selon le TUE, l'ajout du nom de la société ne suffit pas à exclure l'existence d'un lien entre les marques en conflit. Il rappelle que la simple mention « BY... » peut, dans certains cas, suggérer un partenariat ou une origine commune, renforçant ainsi le risque de confusion dans l'esprit du public.

Cette décision confirme une jurisprudence constante : l'usage d'une marque renommée, même accompagnée d'un nom de société, peut porter atteinte à ses droits si l'élément repris est distinctif et dominant.



ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE



Nouvel épisode de l'affaire Louboutin devant la Cour de cassation, qui rappelle que la contrefaçon est avant tout un délit

[Cour de Cassation, criminelle, 10 septembre 2025, n°24-81.914](#)

Par un arrêt rendu le 10 septembre 2025, la chambre criminelle de la Cour de cassation rappelle, avec fermeté, que la contrefaçon ne constitue pas uniquement une atteinte aux droits de propriété intellectuelle sur le plan civil, mais bien une infraction pénale, passible de sanctions lourdes.

Dans cette affaire, le gérant d'une société a été reconnu coupable d'avoir importé, détenu et mis en vente des sacs et des chaussures reproduisant illicitement la célèbre semelle rouge caractéristique des produits Louboutin.

Les juridictions ont prononcé à son encontre une peine de dix mois d'emprisonnement avec sursis, une amende de 15 000 euros, ainsi qu'une amende douanière solidaire de 100 000 euros.

La Cour de cassation :

- confirme la validité de la marque constituée par la couleur rouge appliquée à une semelle, considérée comme un signe arbitraire et distinctif, conformément à la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE, 12 juin 2018, C-163/16) ;
- reconnaît l'existence d'un risque de confusion pour le consommateur moyen, y compris lorsque la chaussure est entièrement rouge ;
- valide le cumul des sanctions pénales et douanières, en précisant qu'elles relèvent de régimes juridiques distincts et ne forment pas un ensemble indivisible ;
- casse partiellement l'arrêt d'appel en ce qui concerne les intérêts civils, en raison d'une motivation insuffisante sur l'évaluation du préjudice, au regard des critères posés par l'article L. 716-14 du Code de la propriété intellectuelle.

Cet arrêt illustre la ligne jurisprudentielle suivie par la Cour : une approche rigoureuse sur le plan procédural, associée à une répression ferme des atteintes aux droits de propriété intellectuelle. La contrefaçon demeure une infraction pénale, et non un simple différend économique.

ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE



Le Tribunal judiciaire de Paris se prononce sur l'équilibre entre cession de droits sur le nom et droit moral de signer ses créations

Tribunal judiciaire de Paris, S.A.S. AMS Design c/ S.A. Grupo Massimo Dutti et autre, 11 septembre 2025, n°21/00963

Le Tribunal judiciaire de Paris a récemment rendu une décision concernant l'usage du nom patronymique dans le secteur de la mode. Une créatrice renommée avait cédé à la société AMS DESIGN les droits patrimoniaux sur son nom. Cette cession incluait l'autorisation d'utiliser son nom dans la dénomination sociale, comme nom commercial, enseigne, marque, logo, nom de domaine, et même dans les URL de réseaux sociaux.

Après cette cession, la créatrice a collaboré avec Massimo Dutti pour une collection de bijoux intitulée Curated Pieces, présentée comme créée par « Mademoiselle [L] [B] ». AMS, titulaire de la marque verbale correspondante, a engagé une action en contrefaçon de marque.

La créatrice a invoqué son droit moral d'auteur pour justifier l'usage de son nom, affirmant qu'il lui permettait de signer ses œuvres. Le tribunal a rejeté cet argument, estimant que le droit moral ne peut être exercé au détriment des droits du titulaire de la marque ni des engagements contractuels pris. Il a souligné que la cession de la marque par l'auteur lui-même implique une obligation de jouissance paisible envers le cessionnaire. La juridiction ordonne ainsi une interdiction de possession et de commercialisation des bijoux et autres articles contrefaisants à l'issue d'un délai de 30 jours, le versement de 75.000€ de dommages et intérêts et de 35.000€ au titre de l'article 700 du code de procédure civile.



Arrêt intéressant sur l'articulation entre le régime des référés et la protection par le droit d'auteur

Cour d'appel de Paris, Jours de passions c/ Editions les arènes, 1er octobre 2025, n° 24/15621

Le 1er octobre 2025, la Cour d'appel de Paris a rendu un arrêt sur l'articulation entre le régime des référés prévu par le Code de procédure civile et la protection par le droit d'auteur. Dans cette affaire, l'éditrice d'un magazine de chasse sollicitait en référé la suspension de la publication d'un ouvrage qu'elle estimait reproduire des passages protégés issus de ses articles. La défenderesse contestait l'originalité des textes en cause ainsi que la titularité des droits invoqués.

L'article 834 CPC autorise le juge des référés à ordonner des mesures en cas d'urgence, à condition qu'elles ne se heurtent à aucune contestation sérieuse ou qu'elles soient justifiées par l'existence d'un différend. L'article 835 CPC prévoit, quant à lui, que des mesures conservatoires ou de remise en état peuvent être prescrites même en présence d'une contestation sérieuse, pour prévenir un dommage imminent ou faire cesser un trouble manifestement illicite.

La demanderesse soutenait que la contestation sur l'originalité ne faisait pas obstacle à l'application de l'article 835. La Cour rappelle toutefois que, pour caractériser un trouble manifestement illicite, les œuvres revendiquées doivent apparaître, avec l'évidence requise en matière de référé, comme protégeables par le droit d'auteur. En l'espèce, la demanderesse n'a pas démontré cette évidence. La Cour conclut donc que le trouble allégué ne peut être qualifié de manifestement illicite et rejette la demande.

ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

Le Tribunal de l'Union européenne précise la notion de juste motif en matière de droit des marques

Tribunal de l'Union européenne, Ffauf Italia SpA c/ EUIPO, 10 septembre 2025, T-425/24



Le Tribunal de l'Union européenne a annulé la décision de la chambre de recours de l'EUIPO et, pour la première fois, reconnu l'existence d'un juste motif permettant l'utilisation d'un signe similaire à une marque renommée. L'affaire opposait Ffauf Italia SpA, qui avait demandé l'enregistrement de la marque figurative « pastaZARA Sublime » pour des pâtes alimentaires, à Industria de Diseño Textil SA, titulaire de la marque verbale « ZARA », qui avait formé opposition.

La chambre de recours avait confirmé l'opposition, estimant que la marque antérieure jouissait d'une renommée, que les signes présentaient une forte similitude et que l'usage de la marque demandée risquait de tirer un profit indu de cette renommée, faute de juste motif démontré. Saisi d'un recours, le Tribunal a précisé la portée de cette notion.

Il rappelle que le « juste motif » vise à équilibrer les intérêts du titulaire d'une marque renommée et ceux d'un tiers utilisant un signe similaire pour désigner ses produits. Ce motif peut être reconnu si le signe a été utilisé antérieurement au dépôt de la marque renommée et de bonne foi, en tenant compte de la réputation du signe, de la nature des produits et de la pertinence économique de son usage.

En l'espèce, Ffauf Italia a prouvé l'usage antérieur et légitime de « pastazara », lié à l'origine historique de son activité et à des enregistrements internationaux. Les produits concernés (pâtes alimentaires) étant sans lien avec la mode, le Tribunal conclut à l'existence d'un juste motif et annule la décision contestée.



ACTUALITES PROPRIETE INTELLECTUELLE

Décision récente de l'EUIPO illustrant le phénomène courant du « disemvowelling »

EUIPO, Luis Caballero S.A c/ Cocktails & Prebatch AB, 21/10/2025, n° 003220868

Le phénomène du « disemvowelling », consistant à supprimer les voyelles d'un mot, est devenu une technique courante en marketing, permettant aux marques de rester reconnaissables malgré cette modification. Toutefois, cette pratique soulève des questions en droit des marques, notamment lorsqu'elle est utilisée par des contrefacteurs. En effet, l'absence de voyelles modifie l'aspect visuel, phonétique et intellectuel des signes, ce qui pourrait, en théorie, réduire le risque de confusion.

Une décision récente de l'EUIPO illustre cette problématique. Le titulaire de la marque CONTRABANDO, enregistrée pour des boissons alcooliques, s'opposait à la demande d'enregistrement du signe CNTRBN pour des produits identiques. L'EUIPO a retenu l'existence d'un risque de confusion, considérant que les consommateurs sont désormais familiers avec cette technique. Selon l'Office, le public est habitué à voir des marques ou slogans dépourvus de voyelles et tend à rétablir instinctivement les lettres manquantes lors de la lecture. Ainsi, malgré la différence graphique, le signe CNTRBN sera perçu comme une déclinaison de CONTRABANDO.

Cette décision confirme que, dans l'analyse du risque de confusion, les habitudes du public jouent un rôle déterminant. Lorsque le procédé est largement répandu, la suppression des voyelles ne suffit pas à distinguer les signes. Elle rappelle également que la protection des marques renommées ou distinctives demeure forte, même face à des tentatives de contournement par des artifices typographiques.



ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ



Shein et son agence de communication condamnés par le Jury de déontologie publicitaire

Jury de Déontologie Publicitaire, 13 octobre 2025, Shein – 1063/25

Le 10 octobre 2025, le Jury de déontologie publicitaire, instance associée à l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), a rendu un avis concernant la campagne de Shein intitulée « La mode est un droit, pas un privilège ». Selon le Jury, cette campagne ne respecte pas plusieurs principes fondamentaux du cadre déontologique applicable à la profession publicitaire.

L'avis relève trois manquements principaux : un défaut de véracité, une absence de clarté et un non-respect des principes de responsabilité sociale et environnementale. Ces obligations sont notamment définies par le Code de la Chambre de Commerce Internationale sur la publicité et par la Recommandation "Développement durable" de l'ARPP. Le Jury considère que le message véhiculé par la campagne est trompeur et ne reflète pas les engagements attendus en matière de durabilité et de responsabilité sociétale.

Il convient de rappeler que le Jury de déontologie publicitaire n'a pas de pouvoir de sanction. Ses avis, rendus publics, visent à promouvoir le respect des règles éthiques et à inciter les acteurs du secteur à adopter des pratiques conformes aux standards professionnels. Dans ce cas, la critique s'étend à la marque Shein ainsi qu'à son agence de communication, soulignant la responsabilité partagée dans la conception et la diffusion des messages publicitaires.

Cet avis illustre la vigilance accrue des instances professionnelles face aux campagnes qui revendiquent des valeurs sociétales sans en apporter la preuve concrète, en particulier dans le secteur de la mode.

ACTUALITÉS MÉDIAS, ENTERTAINMENT ET PUBLICITÉ



Le Tribunal judiciaire de Paris a estimé que le service d'accès aux films via le Portail TGV n'est pas soumis à la chronologie des médias

Tribunal Judiciaire de Paris, S.A.S. Société d'édition de Canal Plus et autres c/ S.A. Société nationale SNCF, 03 octobre 2025, n° 23/04212

Dans une décision rendue le 3 octobre, le Tribunal judiciaire de Paris a donné raison à la SNCF face à Canal+ concernant son service « Portail TGV inOui », qui propose aux voyageurs des films récents, parfois sortis en salle depuis moins de 36 mois. Canal+ contestait cette offre, estimant qu'elle contrevenait à la chronologie des médias et devait être considérée comme un service de médias audiovisuels à la demande.

Le tribunal a rejeté cette interprétation, s'appuyant sur la directive européenne 2018/1808 et la jurisprudence de la CJUE. Il a souligné que le service de films proposé par la SNCF est intrinsèquement lié au transport ferroviaire : l'accès est conditionné à l'achat d'un billet, limité dans le temps et dans l'espace, et ne constitue pas une offre autonome de contenus audiovisuels.

Ainsi, le Portail TGV inOui ne relève pas des obligations imposées aux plateformes de vidéo à la demande et échappe à la chronologie des médias.

La Cour d'appel de Paris impose à X (ex-Twitter) une transparence totale envers la presse

Cour d'appel de Paris, X Internet Unlimited Company c/ S.A. Société Editrice du monde, 25 septembre 2025, n° 24/17261

Le 25 septembre 2025, la Cour d'appel de Paris a confirmé une ordonnance de référé imposant à X (anciennement Twitter) de communiquer aux éditeurs de presse l'ensemble des données d'audience et de revenus nécessaires au calcul de la rémunération prévue par l'article L.218-4 du Code de la propriété intellectuelle. Cette décision marque une étape importante dans la mise en œuvre du droit voisin instauré pour garantir une juste rémunération des éditeurs pour l'utilisation de leurs contenus par les plateformes.

La Cour écarte les arguments fondés sur la directive IPRED et le Digital Services Act, précisant qu'il ne s'agit pas d'imposer une surveillance généralisée, mais d'assurer une transparence effective. Les plateformes doivent désormais être en mesure de fournir, à la demande des éditeurs, toutes les données d'usage et économiques permettant d'évaluer la valeur générée par leurs contenus.

Cette décision consolide le socle européen de transparence entre plateformes et éditeurs, en renforçant les obligations de coopération et en clarifiant les modalités de calcul des rémunérations. Elle s'inscrit dans un contexte où les relations entre acteurs numériques et presse font l'objet d'une attention particulière, notamment pour garantir un équilibre entre innovation technologique et financement de l'information.





Stéphanie Berland

Avocate – Associée

T: +33 1 40 69 26 63

E: s.berland@dwf.law



Emmanuel Durand

Avocat – Associé

T: +33 1 40 69 26 83

E: e.durand@dwf.law



Florence Karila

Avocate – Associée

T: +33 1 40 69 26 57

E: f.karila@dwf.law



Anne-Sylvie Vassenaix-Paxton

Avocate – Associée

T: +33 1 40 69 26 51

E: as.vassenaix-paxton@dwf.law

DWF est l'un des principaux fournisseurs mondiaux de services juridiques et commerciaux intégrés.

Notre approche de Gestion Juridique Intégrée offre une plus grande efficacité, une maîtrise des prix et une transparence pour nos clients.

Nous fournissons des services juridiques et commerciaux intégrés à l'échelle mondiale grâce à nos 3 offres, Legal Advisory, Legal Operations et Business Services, dans nos huit secteurs clés. Nous combinons de manière transparente un certain nombre de nos services pour fournir des solutions sur mesure à nos différents clients.

© DWF, 2025. tous droits réservés. DWF est un nom commercial collectif pour la pratique juridique internationale et l'activité commerciale multidisciplinaire comprenant DWF Group Limited (constitué en Angleterre et au Pays de Galles, immatriculé sous le numéro 11561594, dont le siège social est situé au 20 Fenchurch Street, Londres, EC3M 3AG) et ses filiales et entreprises filiales (telles que définies dans la loi britannique sur les sociétés (Companies Act) de 2006). Pour de plus amples informations sur ces entités et sur la structure du groupe DWF, veuillez vous référer à la page "Mentions légales" de notre site Internet à l'adresse suivante : www.dwfgroup.com. Lorsque nous fournissons des services juridiques, nos avocats sont soumis aux règles de l'organisme de réglementation auprès duquel ils sont admis et les entités du groupe DWF qui fournissent ces services juridiques sont réglementées conformément aux lois pertinentes des juridictions dans lesquelles elles opèrent. Tous les droits sont réservés. Ces informations sont destinées à une discussion générale sur les sujets abordés et ne sont données qu'à titre indicatif. Elles ne constituent pas un avis juridique et ne doivent pas être considérées comme un substitut à un avis juridique. DWF n'est pas responsable de toute activité entreprise sur la base de ces informations et ne fait aucune déclaration ou garantie de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité ou l'adéquation des informations contenues dans le présent document.

dwfgroup.com